



۵ سناریو برای برگزاری لایو در وبسایت

به جای استفاده از فیس‌بوک، یوتیوب یا پلتفرم‌های دیگر و با کمک این ۵ روش در وبسایتتان لایو برگزار کنید.

سوال: وقتی لایو خود را در فیس‌بوک برگزار می‌کنید، مخاطبان و بینندگان به چه کسی تعلق دارند؟

پاسخ: به مارک زاکبرگ

برگزاری لایو در وبسایت خودتان و نه در کانال‌های اجتماعی به شما امکان می‌دهد مکان، روش و زمان عرضه محتوایتان به فالوئر‌ها را کنترل کنید. این روشی عالی برای نزدیک کردن بینندگان به برندتان است. پس بیایید با همه جنبه‌های این کار آشنا شویم.

چرا باید لایو را در وبسایت خودتان برگزار کنید؟

ارائه تجربه جذابتر به بازدیدکنندگان سایت فقط یکی از دلایل مهم برگزاری لایو در وبسایتتان است و این کار مزایای دیگری هم دارد.

مالک محتوای خود هستید

با برگزاری مستقیم لایو در وبسایت خودتان و نه در رسانه‌های اجتماعی، کنترل بیشتری بر محتوای خود دارید. دیگر لازم نیست از دستورالعمل‌ها یا الگوریتم‌های یک پلتفرم خاص پیروی کنید، بنابراین هیچ خطری برای لایو شما پیش نمی‌آید و به هیچ‌وجه حذف نمی‌شود. این آزادی را دارید که برندتان را هر طور می‌خواهید تبلیغ کنید و همچنین می‌توانید به راحتی «دری» برای ویدیوهای لایو خود بگذارید تا فقط اعضای سایت بتوانند آن‌ها را ببینند.

وقتی با دقت روی محتوای ویدیویی خود کار می‌کنید و برای موفقیت آن سرمایه‌گذاری می‌کنید، چرا این لایو را در ملک اجاره‌ای (رسانه‌های اجتماعی) برگزار کنید، درحالی‌که می‌توانید آن را در ملک شخصی (وبسایت خودتان) برگزار کنید؟

مخاطبان را به فشردن دکمه «دعوت به اقدام» نزدیک می‌کنید

وقتی لایوی را در فیس‌بوک، یوتیوب یا لینکدین برگزار می‌کنید، معمولاً هدفتان این است که مردم را به وبسایتتان بکشانید تا محصولی بخرند، در خبرنامه‌تان ثبت‌نام کنند یا محتواهای دیگران را ببینند. اگر به جای یک پلتفرم دیگر در وبسایت خودتان لایو برگزار کنید، مشتریان احتمالی شما از قبل در سایت حضور دارند و یک قدم به خرید نزدیک‌تر می‌شوند.

به یک مقصد ثابت برای تماشای ویدیوهای لایو تبدیل می‌شوید

با برگزاری لایو در وبسایتتان، آن را به مقصدی برای مخاطبان خود تبدیل می‌کنید. آن‌ها می‌توانند با برندتان آشنا شوند، محصولات و خدماتتان را ببینند و از طریق لایو با شما ارتباط زنده برقرار کنند. دیگر لازم نیست نگران ارتباط با مشتریان در یک پلتفرم مجزا باشید و مشتریان هم برای پیدا کردن ویدیوی لایو شما در یوتیوب یا فیس‌بوک سرگردان نمی‌شوند. با برگزاری مداوم لایو در وبسایت، باعث شناساندن بهتر برندتان به مخاطبان می‌شوید.

چه افرادی می‌توانند در وبسایتشان لایو برگزار کنند؟

انواع وبسایت‌ها می‌توانند از برنامه برگزاری لایو استفاده کنند. در ادامه به ۵ سناریوی جذاب برای این کار اشاره می‌کنیم.

۱. فروشگاه‌های آنلاین

برای مشاغلی که محصولات خود را از طریق وبسایتشان می‌فروشند، خرید و فروش لایو باعث ایجاد ارتباط قوی‌تر با مشتریان می‌شود. می‌توانید یکی از محبوب‌ترین محصولات خود را در لایو تبلیغ کنید، یک جلسه پرسش و پاسخ با بینندگان برگزار کنید یا با یکی از مشتریان فعلی به صورت زنده مصاحبه کنید.

در یک فروشگاه آنلاین، ارائه خدمات به مشتری به اندازه محصولاتی که می‌فروشید مهم است. اگر در سایتتان لایو برگزار کنید، به مخاطبان نشان می‌دهید که نگرانی‌هایشان را جدی می‌گیرید و دوست دارید فوراً به سوال‌هایشان پاسخ دهید.

مثال: هنرمندی بنام دیوید لوزو آثار خود را در سایت شاپیفای می‌فروشد. لوزو مدام از فرایند خلق آثارش لایو می‌گذارد و آن را راهی برای ارتباط با مشتریان احتمالی و شبکه‌سازی با هنرمندان دیگر می‌داند. وقتی صحبت از آثار هنری به میان می‌آید، مردم عاشق دیدن فیلم‌های «پشت‌صحنه» تولید آثار هستند. لوزو روند خلق آثار هنری را

به جای پلتفرم‌های اجتماعی در وبسایت خود به صورت لایو پخش می‌کند، بنابراین مردم می‌توانند روند جان گرفتن اثر را تماشا کنند و سپس برای خرید آن تصمیم بگیرند. همه این کارها در همان سایت اتفاق می‌افتد.

۲. آژانس‌ها

آژانس‌هایی که در توسعه وب، بازاریابی دیجیتال یا برنامه‌ریزی رویدادهای مجازی به مشتریان کمک می‌کنند، ترافیک و تعامل سایت مشتری را با برگزاری لایو افزایش می‌دهند. هنگام طراحی وبسایت مشتری می‌توانید یک پخش‌کننده ویدیوی لایو را به عنوان هدیه به خدماتتان اضافه کرده و روی سایتشان نصب کنید.

مثلاً وقتی خدمات مدیریت رویداد از راه دور ارائه می‌دهید، اگر بتوانید یک سایت اختصاصی برای پخش رویدادها ایجاد کنید و بدون تکیه به پلتفرم‌های دیگر مراسم شرکت را به صورت لایو پخش کنید، مشتریانانتان بیشتر تحت‌تاثیر قرار می‌گیرند. آژانس‌هایی که خدمات مشاوره ارائه می‌دهند، با نصب پخش‌کننده لایو در سایتشان می‌توانند وبینارها و کارگاه‌های آموزشی لایو ارائه دهند که فقط مشترکان سایت به آن‌ها دسترسی دارند.

مثال: شرکت مشاوره و توسعه کسب‌وکار ماوریک محتوای آموزشی زیادی برای مخاطبان هدف خود تولید می‌کند. با این‌که دسترسی به بعضی وبینارها و ویدیوهای این شرکت در رسانه‌های اجتماعی مانند یوتیوب رایگان است، اما برای استفاده از دوره‌های خاص آن‌ها باید در سایتشان عضو شوید. ماوریک این ویدیوها را در قسمت پولی وبسایت خود می‌گذارد و محتوا را اختصاصی‌تر می‌کند.

۳. مربیان و معلمان

اگرچه دوره‌های آموزشی آنلاین در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند، اما مربیان و معلمان معتقدند که هیچ جایگزینی برای ارتباط حضوری با دانش‌آموزان وجود ندارد. وقتی امکان یادگیری حضوری فراهم نیست، ویدیوی لایو فاصله مجازی بین معلم و دانش‌آموز را پر می‌کند.

مربیان و معلمان می‌خواهند با دانش‌آموزانشان ارتباط واقعی برقرار کنند،

می‌توانند به‌جای استفاده از یک پلتفرم آموزش الکترونیکی، در وبسایت خودشان لایو برگزار کنند. دانش‌آموزان هم نیازی ندارند که در یکی از این پلتفرم‌ها حساب کاربری مجزا ایجاد کنند و می‌توانند در وبسایت معلم بمانند، همه کلاس‌ها را به‌صورت لایو تماشا کنند و بازپخش جلسات قبلی را هم ببینند.

مثال: آموزش و پیشرفت مداوم در حوزه فیزیوتراپی بسیار مهم است. شرکت فیزیو مترز از این اصل آگاه است و یک رویداد لایو سه ماهه فیزیوتراپی برای متخصصان فیزیوتراپی در سراسر جهان برگزار می‌کند تا با آن‌ها ارتباط برقرار کند، بهترین روش‌های جدید را یاد بگیرد و از پیشرفت‌های این حوزه آگاه شود. افراد می‌توانند به دو روش در این رویداد شرکت کنند: به‌صورت حضوری یا به‌صورت آنلاین از طریق وبسایت Therapy Live. شرکت‌کنندگان در این همایش باید از قبل ثبت‌نام کنند و این ثبت‌نام به آن‌ها امکان می‌دهد به قسمت «دروازه‌دار و پولی» وبسایت دسترسی پیدا کنند که لایوها در آن برگزار می‌شود.

۴. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

ایجاد ارتباط با مشتریان برای کسب‌وکارهای کوچک یا متوسط (SMB) ضروری است. اگر هدف‌تان ارائه خدمات عالی به مشتریان باشد یا فقط بخواهید بیشتر با آن‌ها آشنا شوید، یادتان باشد که جذب افراد و تعامل با آن‌ها به فروش بیشتر کمک می‌کند. با تعامل مستقیم و لایو با مشتریان در وبسایت، آن‌ها را به کسب‌وکار‌تان نزدیک‌تر کنید.

پخش رویدادهای پشت‌صحنه، ماجراهای کارمندان، پرسش و پاسخ با مشتریان یا حتی یک برنامه اهدای جوایز لایو از جمله محتوای لایوی است که به نفع شرکت‌تان تمام می‌شود. وقتی چنین برنامه‌هایی را در وبسایت خود و نه در رسانه‌های اجتماعی برگزار می‌کنید، مشتریان احتمالی بیشتر با برندتان آشنا می‌شوند.

مثال: یک شرکت محلی رنگ‌آمیزی پنجره در کارولینای شمالی بنام اکستریم شیدز، مدام لایو متخصصان خود را پخش می‌کند که در کارگاهشان مشغول رنگ‌آمیزی پنجره‌ها هستند. این شرکت برنامه پخش لایو را در صفحه اصلی سایت خود جاسازی

کرده است. در نتیجه، وقتی یک رویداد لایو برگزار می‌شود، مشتریان احتمالی می‌توانند اطلاعات بیشتری درباره خدمات اکستریم شیدز کسب کنند.

۵. موسسات غیرانتفاعی

افزایش آگاهی و جذب سرمایه دو هدف اصلی سازمان‌های غیرانتفاعی است. اکثر سازمان‌ها برای دستیابی به این اهداف، رویدادهای حضوری و مجازی برگزار می‌کنند. با پخش لایو یک رویداد در وبسایت سازمان یا در صفحه اختصاصی پخش رویدادها به‌جای یوتیوب یا فیس‌بوک، ماموریت، برند و اهداف موسسه خود را تقویت کنید. همچنین اگر در سایت خود لایو برگزار کنید، معرفی اهداف سازمان و درخواست کمک‌های مالی آسان‌تر می‌شود. می‌توانید لینک کمک مالی را در همان صفحه برگزاری لایو بگذارید تا بینندگان حتماً آن را ببینند.

مثال: شبکه غیرانتفاعی حقوق مدنی یک همایش حضوری در سال ۲۰۲۲ برگزار کرد و همچنین تصمیم گرفت آن را به‌صورت لایو در وبسایتش هم پخش کند. این رویداد چهار روز طول کشید و هر روز شرکت‌کنندگان راه دور می‌توانستند همه رویدادها را ببینند و در جریان کارها قرار گیرند. وقتی این رویداد به پایان رسید، امکان دیدن بازپخش آن‌ها در وبسایت موسسه وجود داشت و افراد علاقه‌مند می‌توانستند دوباره آن را تماشا کنند.